UNIONE INDUSTRIALE BIELLESE

News - 24/10/2023

Come trovare il talento giusto per l'azienda

Dal corso di "Ferrerità" ai career day. Le iniziative di employer branding di Ferrero

Da sinistra: Mauro Clara, Christian Zegna e Raoul Romoli Venturi

Cosa può comunicare un'azienda per attrarre personale? Qual è il modo giusto per dialogare con i talenti di oggi? E cosa significa fare employer branding per un'azienda manifatturiera? Questi sono solo alcuni dei temi che sono stati toccati, nei giorni scorsi, nell'incontro **Employer Branding: comunicare per attrarre talenti** organizzato da **Unione Industriale Biellese** e **OCIP, l'Osservatorio per la Comunicazione d'Impresa di Confindustria Piemonte**, che ha visto come protagonista **Ferrero Italia** e la sua esperienza di azienda riconosciuta come uno dei migliori contesti in cui lavorare.

"Ferrero è stato individuato come benchmark e, durante la serata, ha dimostrato di esserlo raccontando con generosità esempi e iniziative di employer branding calate nel contesto industriale - commenta **Christian Zegna**, membro Direttivo OCIP e vice presidente del Gruppo Giovani Imprenditori di Confindustria Piemonte con delega alla Comunicazione -. Siamo convinti che questa panoramica di alto livello sulle opportunità e i vantaggi dell'employer branding possa essere di stimolo e ispirazione per gli imprenditori del territorio".

Dopo i saluti di **Raoul Romoli Venturi**, presidente di OCIP, che ha ricordato le finalità e il valore dell'Osservatorio regionale, è intervenuto **Francesco Ferraris**, Responsabile Gruppo Attrattività e vice presidente all'Education di Unione Industriale Biellese, che ha tracciato un quadro delle richieste delle imprese del territorio e presentato i progetti che l'associazione realizza per rispondere a tali esigenze, in primis il nuovo **"Roadmap per l'Attrattività dell'Impresa. Come attrarre e trattenere i talenti"**.

Che cos'è l'employer branding

Mauro Clara, Talent Manager in **Ferrero Italia**, è dunque entrato nel vivo dell'argomento spiegando intanto che cosa si intende per **employer branding**: il processo attraverso cui un'azienda promuove se stessa come **employer of choice** verso il proprio target di riferimento, cioè le persone di cui ha bisogno e che vuole assumere e trattenere. Si tratta di un processo che facilita e aumenta la capacità dell'azienda di attrarre, assumere e trattenere le persone ideali. Non si punta al miglior talento sul mercato, infatti, ma al **miglior talento per la propria azienda**. Ed è un processo ritenuto strategico.

Le persone sempre al centro

Questo percorso mette al centro le persone, a partire dal modo in cui attrarle, inserirle in azienda e formarle, per poi accompagnarle nella crescita all'interno del gruppo, e fino all'uscita. **Ogni dipendente Ferrero nel mondo è considerato il primo ambassador dell'azienda e dei suoi valori**: è per questa ragione che, ad ogni livello, è importante trasferire i valori aziendali, a partire dal management.

Coerenza nella comunicazione e nuove strategie

La prima regola di un'azione di employer branding efficace è valorizzare una comunicazione dell'azienda che sia **coerente con la realtà aziendale e con i suoi valori**. E' una strategia che cambia con l'evoluzione dell'azienda e delle nuove

generazioni.
Ferrero ha iniziato ad avviare la strategia di employer branding internazionale nel 2014, l'ha rinnovata nel 2019 e, oggi, è in una nuova fase di aggiornamento per poter dialogare in modo efficace con la **Generazione Z**, che si sta affacciando sul mercato del lavoro con nuove priorità e aspettative rispetto alle generazioni precedenti.

Una strategia orientata verso la visione futura

I messaggi centrali che l'azienda promuove attraverso l'employer branding sono:

- **Ferrero per sempre**; essere un'azienda familiare consente di adottare una visione di lungo termine che consente di non compromettere l'impegno dell'impresa per la perfezione del prodotto e di prendersi cura degli interessi a lungo termine delle persone. Anche se la tendenza nelle nuove generazioni è di cambiare spesso lavoro, la continuità e l'appartenenza sono valori cardini di Ferrero che sceglie dunque di evidenziarli.
- **Sentirsi Ferrero**; i valori di Ferrero definiscono anche il modo in cui si lavora insieme, con passione e rispetto, mettendo il successo collettivo davanti alle singole ambizioni. Analogamente, l'azienda mette le persone prima dei processi, e punta a dare alle persone la flessibilità di cui hanno bisogno per rendere al meglio.
- **Avanti veloce**; la continua crescita dell'azienda sui mercati globali richiede una gamma di talenti sempre più vasta e rappresenta nuove sfide per lo sviluppo della carriera.

Le iniziative

Quando le persone entrano in Ferrero, la formazione è presentata come un **"Corso di Ferrerità"**, una full immersion nei valori aziendali che sono sempre stati centrali per l'azienda. Il coinvolgimento delle persone interne all'azienda continua durante il percorso professionale. Ad esempio, per il lancio del nuovo prodotto Nutella Biscuits sono stati gli stessi dipendenti ad andare nei negozi a presentare il prodotto ai consumatori, raccontando il loro lavoro con orgoglio.
Ogni anno, poi, Ferrero partecipa a una quindicina di **career day,** organizza **business competition interne ed esterne** all'azienda, coinvolgendo anche il top management, e punta sulla **formazione** interna, nella convinzione che il titolo di studio sia solo un prerequisito mentre le competenze devono essere acquisite on the job.

Quali sono le domande da porsi per avviare una strategia di employer branding

Quale deve essere il messaggio chiave dell'employer branding e **cosa rende l'azienda unica**? Quali suggerimenti e idee vengono in mente per comunicare all'esterno rivolgendosi ai **futuri candidati**? Quale potrebbe essere **il ruolo del personale interno** per supportare il posizionamento dell'azienda come employer anche all'esterno?
Queste sono le tre domande messe in evidenza da **Mauro Clara** in conclusione dell'incontro, tre temi che un'impresa può sviluppare per poter immaginare e pianificare una corretta strategia di employer branding.

Sito di provenienza: Unione Industriale Biellese - https://www.ui.biella.it